

**ANALISIS PENJUALAN TERNAK KAMBING
BERDASARKAN MUSIM DAN HARGA JUAL
DI DESA BORONGTALA KECAMATAN TAMALATEA
KABUPATEN JENEPONTO**

SKRIPSI

OLEH

IRWANTO SUYONO

I311 10 276



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2015**

**ANALISIS PENJUALAN TERNAK KAMBING
BERDASARKAN MUSIM DAN HARGA JUAL
DI DESA BORONGTALA KECAMATAN TAMALATEA
KABUPATEN JENEPONTO**

IRWANTO SUYONO
I 311 10 276

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapat Gelar Sarjana Pada Fakultas
Pernakan, Universitas Hasanuddin, Makassar

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irwanto Susyono

Nim : I 311 10 276

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

- a. Karya skripsi saya adalah asli
 - b. Apabila sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, terutama dalam bab hasil dan pembahasan, tidak asli atau plagiasi, maka saya bersedia dibatalkan dan dikenakan sanksi akademik yang berlaku.
2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Makassar, 17 Februari 2015

IRWANTO SUYONO

LEMBAR PENGESAHAN

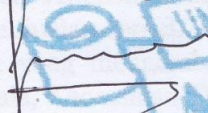
Judul Skripsi : Analisis Penjualan Ternak Kambing Berdasarkan Musim
Dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan
Tamalatea Kabupaten Jeneponto

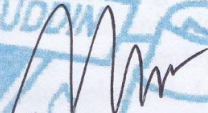
Nama : Irwanto Suyono

Stambuk : I 311 10 276

Jurusan : Sosial Ekonomi Peternakan

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :


Prof. Dr. Ir. H. Ahmad, R. Siregar M.S
Pembimbing Utama


Dr. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si
Pembimbing Anggota

Mengetahui :


Prof. Dr. Ir. H. Sudirman Baco, M. Sc
Dekan Fakultas Peternakan


Dr. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus :
17 Februari 2015

ABSTRAK

Irwanto Suyono. I 311 10 276. Analisis Penjualan Ternak Kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto. **Dibawah Bimbingan : Prof. Dr. Ir. H. Achmad Ramadhan Siregar, M.S** sebagai pembimbing Utama dan **Dr. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si** sebagai Pembimbing Anggota.

Analisis Penjualan Ternak Kambing Berdasarkan Musim Dan Harga Jual Di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Desember 2014. Pengambilan data bertempat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, dengan alasan banyaknya peternak yang terlibat dalam usaha penjualan ternak kambing. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Peternak yang mengembangkan usaha ternak kambing yang terdapat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, sebanyak 148 peternak. Berhubung karena populasi cukup besar, maka dilakukan pengambilan sampel. Untuk mengukur besarnya sampel diukur dengan rumus Slovin. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis data statistik deskriptif yang didasarkan pada pembahasan penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan penyajian gambar diagram. Hasil penelitian pada Analisis Penjualan Ternak Kambing Berdasarkan Musim Dan Harga Jual adalah Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Dari hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan berdasarkan musim yang tertinggi berada pada hari raya Idul Adha dimana berada pada interval 3 – 4 ekor dengan persentase 46,7%. Sedangkan berdasarkan harga jual untuk kambing jantan yang tertinggi berada pada interval harga 1.250.000 – 1.500.000/ekor dengan persentase 55% dan harga jual untuk kambing betina berada pada interval 750.000 – 1.000/ekor dengan persentase 36,6 %.

Kata Kunci: Analisis Penjualan Ternak Kambing, Musim Dan Harga Jual

ABSTRACT

Irwanto Suyono. I 311 10 276. Analysis Livestock Sales Goat Based on Tide and Selling Price in Village Borongtala Tamalatea District Jeneponto. Under Guidance: **Prof. Dr. Ir. H. Achmad Ramadhan Siregar, M.S** as main supervisor and **Dr. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si** as second supervisor.

Analysis livestock sales goat based on tide and selling price in village borongtala tamalatea district jeneponto. This study was conducted in September to December 2014. Data collection took place in the village Borongtala, District Tamalatea, Jeneponto, the reason many farmers are involved in the business of selling goats. The population in this study were all breeders who develop business goats contained in Borongtala Village, District Tamalatea, Jeneponto, as many as 148 farmers. Because as the population is large enough, then the samples were taken. To measure the size of the sample was measured with a formula Slovin. The analysis tool used is deskreptif statistical data analysis tool based on the discussion of the sale of goats by season and Pricing in the Village District of Tamalatea Jeneponto Borongtala using frequency distribution tables and diagrams image presentation. Results of research on Analysis Sales Goat By Tide And Selling Price is Based on the research that has been done, it can be concluded that from the results and the discussion that has been done, it can be concluded that the sales are based on the highest tide for the feast of Eid al-Adha in which is in the interval 3-4 tails with a percentage of 46.7%. While based on the selling price for the highest male goat is the price interval 1250000-1500000 / tail with a percentage of 55% and selling prices for the goat is in the interval 750.000 - 1.0000 / tail with a percentage of 36.6%.

Keywords: Analysis livestock sales goat, Tide and Selling Price

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Syukur Alhamdulillah, sujud syukur atas diri-Nya yang memiliki sifat *Ar-Rahman dan Ar-Rahim*, dengan kemuliaan-Nyalah atas kesehatan, ilmu pengetahuan, rejeki dan nikmatnya dan salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W, serta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, setelah mengikuti proses belajar, pengumpulan data, pengolahan data, bimbingan sampai pada pembahasan dan pengujian skripsi dengan Judul ” *Analisis Penjualan Ternak Kambing Berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto* ”. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Strata Satu (S1) pada Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menemukan hambatan dan tantangan serta perjuangan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari betul bahwa hanya dengan Doa, keikhlasan serta ikhtiar, Insha Allah akan diberikan kemudahan oleh Allah dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebagai suatu karya ilmiah, hal ini disebabkan oleh faktor keterbatasan penulis sebagai manusia yang masih berada dalam proses

pembelajaran. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan partisipasi aktif dari semua pihak berupa saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan tulisan ini.

Penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga yang tak henti-hentinya dan sembah sujud kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kekuasaan-Nya dan kemurahan-Nya. Kepada kedua orang tua yang sangat saya cintai dan saya kasihi **Ayahanda H. Jumrang, S.Sos** dan **Ibunda Hj. Intang** yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, megarahakan serta mencurahkan segala perhatian dan kasih sayang dan doa yang tulus kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adek tercinta **Irvina Safitri** terima kasih banyak atas doa, dorongan semangat, dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada saudara **Febrindah Gunawan, S.Pt** yang telah menemani suka dan duka penulis selama ± 4 tahun dan telah membantu mengukir tiga huruf di belakang nama penulis “**S.Pt**”.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

- **Bapak Prof. Dr. Ir. H. Achmad Ramadhan Siregar, M.S** selaku pembimbing utama yang telah memberikan nasehat, arahan, petunjuk dan bimbingan serta dengan pembelajaran mengenai arti kesabaran dan penuh tanggungjawab meluangkan waktunya mulai dari penyusunan hingga selesainya skripsi ini.

- **Dr. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt, M.Si** selaku Pembimbing Anggota sekaligus Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, terima kasih atas ilmu, pengalaman dan nasehatnya semoga semua bermanfaat bagi penulis tidak hanya pada saat ini tapi juga di masa depan Insya Allah. Terima kasih pula yang sebesar besarnya pula penulis hanturkan kepada ibu karena beliau yang sangat berjasa dalam penyelesaian Studi ini dan selalu mengajarkan arti sebuah perjuangan yang dibarengi dengan sikap sabar dan ikhlas dalam mengerjakan sesuatu. Terima Kasih.
- **Dr. Agustina Abdullah, S.Pt, M.Si** selaku Penasehat Akademik Penulis ucapkan terima kasih atas bimbingan dan arahan selama proses perkuliahan.
- **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A,** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
- **Prof. Dr. Ir. H. Sudirman Baco, M.Sc,** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
- **Dosen Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin** yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis.
- **Seluruh Staf** dalam lingkungan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, yang selama ini telah banyak membantu dan melayani penulis selama menjalani kuliah hingga selesai. Terima Kasih atas bantuan dan informasi yang sangat bermanfaat dan bernilai bagi penulis.
- Terima kasih kepada **Kepala BPS dan Kepala Bidang Peternakan Kab.Jeneponto** atas bantuan dan partisipasinya dalam melengkapi data data dalam Skripsi penulis.

- Teman ”**SITUASI 010, Ansar, Muizt, Sahart, Sule, Borizt, Capanie, Tazlim, Yhuda, Ca’do, Wahyu, Irwansyah, Indra, Ari, Illank, Mas Endi, Fadly, Irvan S.Pt, Takim, Itha S.Pt, Echy S.Pt, Lidya S.Pt, Fayka, Tyta S.Pt, Imha Jambang, Chu S.Pt, Maya, Afit S.Pt, Pitto S.Pt, Tary, Aulia S.Pt, Indri S.Pt, Anhi, Nurana S.Pt, Zha**” kalian bukan sekedar teman angkatan tapi kalian saudara tak sedarah bagi penulis. Semoga kita masih berjumpa dalam 1 dekade SITUASI dan kebersamaan ini akan terjaga sampai nanti.
- Terima Kasih kepada **TIM ELIT ” Kanda Ansar, Muizt dan Ansar”** yang telah berjasa dalam penelitian dilapangan.. **TENGKIU GAES!!!!**
- Terima Kasih kepada **Kakanda dan Adinda di Himsena UH** atas bantuan dan masukan serta proses berorganisasi dalam lembaga ini. Jayalah Himsena
- Terima kasih kepada Seluruh **Keluarga Besar HPMT Kom UNHAS** yang telah berjasa menempa penulis dalam proses memimpin suatu organisasi. Semoga Jaya Selalu HPMT Kom UNHAS
- Rekan-rekan Seperjuangan di lokasi **KKN Posko Desa Arjosari, Kec Wonomulyo, Kab Polewali Mandar (Fadel S.H, Asrul (Markutil), Pak Kordes, Andi Anna Yuswanizar, S.P, Ditha Try armianti S.Kg, Musdalifa mandasari S.Pi, Amanda S.Si, Dhea Adillah S.H)** thanks atas kerjasamanya dan pengalaman saat KKN.

Semoga Allah S.W.T membalas budi baik semua yang penulis telah sebutkan diatas maupun yang belum sempat ditulis. Akhir kata, meskipun telah berkerja dengan semaksimal mungkin, skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan. Harapan Penulis kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembacanya dan diri pribadi penulis. Amin....

Wassalumualaikum Wr.Wb.

Makassar, 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Tinjauan Umum Ternak Kambing.....	8
2.2. Musim Jual Ternak Kambing	13
2.3. Penetapan Harga Jual.....	17
2.4. Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan.....	22
2.5. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	24
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Waktu dan Tempat.....	27
3.2. Jenis Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel.....	27
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6. Variabel Penelitian.....	30
3.7. Analisa Data.....	30
3.8. Konsep Operasional	31
 BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1. Letak dan Keadaan Geografis	32
4.2. Jumlah Penduduk	32
4.3. Mata Pencaharian	33
	xii

4.4. Kondisi Ekonomi	33
4.5. Kondisi Iklim	33
4.6. Populasi Ternak	34

BAB V KEADAAN UMUM RESPONDEN

5.1. Umur	35
5.2. Jenis Kelamin	35
5.3. Mata Pencaharian.....	37
5.4. Tingkat Pendidikan	38
5.5. Pengalaman Beternak.....	39
5.6. Skala Kepemilikan Ternak.....	41

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Penjualan Ternak Kambing	43
6.2. Musim Jual Ternak Kambing.	46
6.3. Harga Jual Ternak Kambing.	48

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan	53
7.2. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Daftar Harga Penjualan Ternak Kambing Per Ekor di Indonesia.....	2
2.	Populasi Ternak Kambing di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto	3
3.	Kisi-kisi penelitian analisis penjualan ternak kambing berdasarkan Musim Dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.	30
4.	Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto..	32
5.	Populasi Ternak di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.....	34
6.	Klasifikasi responden berdasarkan umur di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.	35
7.	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.	36
8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Mata Pencarian Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.	37
9.	Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.....	38
10.	Klasifikasi responden berdasarkan pengalaman beternak di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.....	40
11.	Klasifikasi responden berdasarkan skala kepemilikan ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.....	42
12.	Penjualan Ternak Kambing di Desa Borongtala,Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.	43

13. Musim Jual ternak Kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto Berdasarkan Responden.	46
14. Harga Jual Ternak Kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto berdasarkan responden.	49

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	58
2.	Foto Kegiatan	61
3.	Identitas Umum responden.....	63
4.	Penjualan Ternak Kambing Responden	66
5.	Harga Jual Ternak Kambing Responden	68

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kambing adalah ternak penting sebagai penopang ketahanan kehidupan petani miskin. Informasi dari pustaka klasik (Hemmer, 1991) menyatakan, bahwa selama periode 1981-1990 negara-negara tropis yang semula mengabaikan pentingnya peranan ternak kambing bangkit dari kondisi zaman tersebut. Pada periode itu semangat dan tindakan pengembangan maupun aktivitas ilmiah telah diintensifkan pada sasaran meningkatkan produksi dan memperluas landasan pengetahuan terapan tentang pakan, dan pengendalian penyakit) untuk usaha ternak kambing (Hemmer, 1991). Dari sisi ilmiah, pada dekade tersebut para peneliti di Indonesia (Basuki, dkk. 1982) juga peduli terhadap upaya peningkatan produksi ternak kambing. Walaupun demikian karena terjadi krisis kompleks di Indonesia, maka semangat kebangkitan dalam peningkatan budidaya ternak kambing tersebut melemah.

Kemampuan ternak ini untuk memanfaatkan hijauan sebagai bahan makanan utama menjadi daging, menempatkan ternak kambing sebagai bagian yang cukup penting artinya bagi perekonomian nasional pada umumnya, maupun kesejahteraan keluarga petani di pedesaan pada khususnya. Kambing tersebar luas di daerah pedesaan dan biasanya dipelihara dengan tujuan sebagai tabungan hidup maupun sebagai ternak potong/ternak susu untuk dikonsumsi keluarga dan acara adat disamping kotorannya dapat dipergunakan untuk pupuk yang baik bagi tanaman. Tingginya kebutuhan akan ternak kambing merupakan

sebuah peluang usaha yang menjanjikan. Hanya yang menjadi perhatian bagi para pemula adalah jangan tergiur oleh tingginya margin maupun keuntungan yang dijanjikan dan jangan lupa untuk terjun ke lapangan khususnya evaluasi pasar untuk mengetahui harga beli dan harga jual ternak kambing. Banyak cara yang bisa dilakukan untuk bisa menjual ternak kambing, salah satunya adalah memanfaatkan pasar hewan yang secara berkala dan waktu tertentu. Peluang penjualan ternak kambing oleh peternak sebenarnya begitu mudah, bisa memanfaatkan berbagai cara. Solusi penjualan yang diambil akan memberikan margin keuntungan yang berbeda-beda. (Imahembe, 2012).Terkait dengan peluang penjualan ternak kambing, dapat dilihat data penjualan ternak kambing per ekor atau karkas per kg, dalam 5 tahun terakhir di Indonesia pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Harga Penjualan Ternak Kambing Per Ekor di Indonesia

No.	Tahun	Harga Ternak Kambing Per Ekor (Rp)
1.	2009	1.300.000
2.	2010	1.400.000
3.	2011	1.600.000
4.	2012	1.750.000
5.	2013	2.000.000- Rp.2.500.000

Sumber: Data Blog Penjualan Kambing, 2014

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa setiap tahun volume penjualan harga kambing meningkat.Dari tahun 2009-2013 terjadi peningkatan kenaikan harga kambing per ekor naik.Beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya kenaikan harga penjualan kambing yaitu semakin dibutuhkan dalam musim-musim tertentu. Potensi usaha ternak kambing di desa Borongtala Kecamatan

Tamalatea Kabupaten Jeneponto seharusnya dapat menjadi sentra usaha ternak kambing terbesar di Kabupaten Jeneponto, karena dilihat dari jumlah populasi ternak kambing sangat besar serta mayoritas masyarakat di Desa Borongtala adalah peternak kambing, data populasi ternak di Desa Borongtala dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Populasi Ternak Kambing di Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Desa	Populasi
1	Bontosunggu	1.480
2	Bonto Jai	1.621
3	Borongtala	2.763
4	Turatea Timur	1.689
5	Turatea	1.702
6	Manjangloe	1.163
7	Karelayu	1.421
8	Bonto Tangnga	1.259
9	Tamanroya	1.149
10	Tonro Kassi Timur	1.180
11	Tonro Kassi	1.545
12	Tonro Kassi Barat	1.214
Jumlah		18.195

Sumber : Data BPS Kabupaten Jeneponto, 2012

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa populasi ternak kambing yang terbesar di Kecamatan Tamalatea berada di Desa Borongtala yaitu 2.763 ekor. Dari data yang terlihat diatas ini berarti bahwa populasi ternak kambing di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto, menunjukkan hal yang cukup berpotensi baik terutama dalam memberikan nilai ekonomi yang tinggi dan pemanfaatan lainnya.

Namun pada kenyataannya, selama ini peternakan kambing di Desa Borongtala masih terkendala dari aspek penjualan. Berdasarkan survei awal

dilapangan, banyak peternak mengatakan bahwa ternak kambing diminati oleh konsumen disaat musim dan acara tertentu saja dibanding hari hari biasa, hal itu juga berpengaruh terhadap harga jual dari ternak kambing itu sendiri. Pemasarannya pun masih dilakukan dengan cara konsumen secara langsung mendatangi peternak di rumahnya dan langsung membeli kambing yang diinginkan.

Analisa dalam penjualan ternak kambing sangat membantu didalam menemukan kelemahan-kelemahan yang terjadi misalnya jumlah penjualan yang banyak akan tetapi ternyata dengan jumlah keuntungan yang rendah. Dalam hal ini penjualan diklasifikasikan menurut besar kecilnya pesanan. Analisa semacam ini kemudian bisa untuk mengetahui volume penjualan ternak kambing daerah tersebut dalam musim-musim tertentu, suatu pesanan dalam jumlah yang sedikit harus mendapatkan perhatian sepenuhnya oleh karena akan mendatangkan keuntungan yang sedikit demikian pula sebaliknya. Berdasarkan permasalahan tersebut maka hal itulah yang melatarbelakangi diadakan penelitian tentang *“Analisis Penjualan Ternak Kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto “*.

I.2 Rumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto?”

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

- Sebagai sumber referensi baru tentang penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.
- Sebagai bahan informasi dan kajian bagi masyarakat mengenai penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Tinjauan Umum Ternak Kambing

Ternak kambing atau sering juga dikenal sebagai ternak ruminansia kecil, merupakan ternak herbivora yang sangat populer dikalangan petani di Indonesia terutama yang tinggal di pulau Jawa. Jenis ternak ini mudah dipelihara, dapat memanfaatkan limbah dan hasil ikutan pertanian dan industri, mudah di kembangbiakkan, dan pasarnya selalu tersedia setiap saat serta memerlukan modal yang relatif sedikit dibandingkan dengan ternak yang lebih besar. Kemampuan ternak ini untuk memanfaatkan hijauan sebagai bahan makanan utama menjadi daging, menempatkan ternak kambing sebagai bagian yang cukup penting artinya bagi perekonomian nasional pada umumnya, maupun kesejahteraan keluarga petani di pedesaan pada khususnya (Hermawan, 2009)

Kambing tersebar luas di daerah pedesaan dan biasanya dipelihara dengan tujuan sebagai tabungan hidup maupun sebagai ternak potong/ternak susu untuk dikonsumsi keluarga disamping kotorannya dapat dipergunakan untuk pupuk yang baik bagi tanaman. Pemeliharaan ternak ini di pedesaan merupakan bagian dari usaha tani secara keseluruhan dalam skala yang relatif kecil dengan rata-rata jumlah kepemilikan sebanyak 3-5 ekor/keluarga petani. Keadaan ini membuktikan bahwa ternak kambing belum mendapatkan perhatian yang besar dalam hal peningkatan potensinya sebagai pemasok daging untuk dapat ditingkatkan kepada skala produksi yang secara ekonomik memberikan keuntungan yang optimal (Hermawan, 2009)

Kambing banyak dipelihara oleh penduduk pedesaan (Basuki, 1996). Dijelaskan lebih lanjut, alasannya pemeliharaan kambing lebih mudah dilakukan daripada ternak ruminansia besar. Kambing cepat berkembang biak dan pertumbuhan anaknya juga tergolong cepat besar. Menurut Sarwono (2007), nilai ekonomi, sosial, dan budaya beternak kambing sangat nyata. Dijelaskan lebih lanjut, besarnya nilai sumber daya bagi pendapatan keluarga petani bisa mencapai 14-25 % dari total pendapatan keluarga dan semakin rendah tingkat per luasan lahan pertanian, semakin besar nilai sumber daya yang diusahakan dari beternak kambing. Pendapatan dan nilai tambah beternak kambing akan semakin nyata jika kaidah-kaidah usaha peternakan diperhatikan. Kaidah-kaidah itu antara lain penggunaan bibit yang baik, pemberian pakan yang cukup dari segi gizi dan volume, tatalaksana pemeliharaan yang benar, serta memperhatikan permintaan dan kebutuhan pasar (Hanum, 2010).

Ditinjau dari aspek pengembangannya ternak kambing sangat potensial bila diusahakan secara komersial, hal ini disebabkan ternak kambing memiliki beberapa kelebihan dan potensi ekonomi antara lain tubuhnya relatif kecil, cepat mencapai dewasa kelamin, pemeliharaannya relatif mudah, tidak membutuhkan lahan yang luas, investasi modal usaha relatif kecil, mudah dipasarkan sehingga modal usaha cepat berputar (Atmojo, 2007).

Menurut Perdi (2013), Ada beberapa macam jenis kambing yaitu:

1. Kambing Kacang

Kambing kacang adalah ras unggul kambing yang pertama kali dikembangkan di Indonesia. Badannya kecil, tinggi gumba pada yang jantan 60

sentimeter hingga 65 sentimeter, sedangkan yang betina 56 sentimeter. Bobot pada yang jantan bisa mencapai 25 kilogram, sedang yang betina seberat 20 kilogram, telinganya tegak, berbulu lurus dan pendek, baik betina maupun yang jantan memiliki dua tanduk yang pendek. Kambing kacang merupakan kambing lokal Indonesia, memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap kondisi alam setempat serta memiliki daya reproduksi yang sangat tinggi. Kambing kacang jantan dan betina keduanya merupakan tipe kambing pedaging.

2. Kambing Etawa

Kambing Etawa didatangkan dari India yang disebut kambing Jamnapari, badannya besar, tinggi gumba yang jantan 90 sentimeter hingga 127 sentimeter dan yang betina hanya mencapai 92 sentimeter, bobot yang jantan bisa mencapai 91 kilogram, sedangkan betina hanya mencapai 63 kilogram, telinganya panjang dan terkulai ke bawah, dahi dan hidungnya cembung, baik jantan maupun betina bertanduk pendek. Kambing jenis ini mampu menghasilkan susu hingga tiga liter per hari. Keturunan silangan (hibrida) kambing Etawa dengan kambing lokal dikenal sebagai kambing “Peranakan Etawa” atau “PE”. Kambing PE berukuran hampir sama dengan Etawa namun lebih adaptif terhadap lingkungan lokal Indonesia.

3. Kambing Jawarandu

Kambing Jawarandu merupakan kambing hasil persilangan antara kambing Etawa dengan kambing Kacang. Kambing ini memiliki ciri separuh mirip kambing Etawa dan separuh lagi mirip kambing Kacang. Kambing ini dapat menghasilkan susu sebanyak 1,5 liter per hari. Kambing Jawa Randu memiliki

nama lain Bligon, Gumbolo, Koplo dan Kacukan. Merupakan hasil silangan dari kambing peranakan ettawa dengan kambing kacang, sifat fisik kacang lebih dominan, baik jantan ataupun betina merupakan tipe pedaging.

Karakteristik:

- Memiliki tubuh lebih kecil dari kambing ettawa, dengan bobot kambing jantan dewasa dapat lebih dari 40 Kg, sedangkan betina dapat mencapai bobot 40 Kg.
- Baik jantan maupun betina bertanduk.
- Memiliki telinga lebar terbuka, panjang dan terkulai.

4. Kambing Saenen

Kambing Saenen berasal dari Saenen, Swiss. Baik kambing jantan maupun betinanya tidak memiliki tanduk. Warna bulunya putih atau krem pucat. Hidung, telinga dan kambingnya berwarna belang hitam. Dahinya lebar, sedangkan telinganya berukuran sedang dan tegak. Kambing ini merupakan jenis kambing penghasil susu. Berasal dari lembah Saanen Swiss bagian barat. Merupakan jenis kambing terbesar di Swiss. Sulit berkembang di wilayah tropis karena kepekaannya terhadap matahari. Ciri-ciri telinga tegak dan mengarah ke depan, bulu dominan putih, kadang-kadang ditemui bercak hitam pada hidung, telinga atau ambing. Produksi susu 740 kg/ms laktasi. Di Indonesia jenis kambing ini di silangkan lagi dengan jenis kambing lain yang lebih resisten terhadap cuaca tropis, misalnya dengan jenis etawa.

5. Kambing Marica

Kambing Marica adalah suatu variasi lokal dari Kambing Kacang. Kambing Marica yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu genotipe kambing asli Indonesia yang menurut laporan FAO sudah termasuk kategori langka dan hampir punah (endargement). Daerah populasi kambing Marica dijumpai di sekitar Kabupaten Maros, Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Soppeng dan daerah Makassar di Provinsi Sulawesi Selatan. Kambing Marica punya potensi genetik yang mampu beradaptasi baik di daerah agro-ekosistem lahan kering, dimana curah hujan sepanjang tahun sangat rendah. Kambing Marica dapat bertahan hidup pada musim kemarau walau hanya memakan rumput-rumput kering di daerah tanah berbatu-batu. Ciri yang paling khas pada kambing ini adalah telinganya tegak dan relatif kecil pendek dibanding telinga kambing kacang. Tanduk pendek dan kecil serta kelihatan lincah dan agresif.

6. Kambing Samosir

Berdasarkan sejarahnya kambing ini dipelihara penduduk setempat secara turun temurun di Pulau Samosir, di tengah Danau Toba, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara. Kambing Samosir pada mulanya digunakan untuk bahan upacara persembahan pada acara keagamaan salah satu aliran kepercayaan animisme (Parmalim) oleh penduduk setempat. Kambing yang dipersembahkan harus yang berwarna putih, maka secara alami penduduk setempat sudah selektif untuk memelihara kambing mereka mengutamakan yang berwarna putih. Kambing Samosir ini bisa menyesuaikan diri dengan kondisi ekosistem lahan kering dan

berbatu-batu, walaupun pada musim kemarau biasanya rumput sangat sulit dan kering. Kondisi pulau Samosir yang topografinya berbukit, ternyata kambing ini dapat beradaptasi dan berkembang biak dengan baik.

Penelitian terhadap kambing spesifik lokal yang ada di Kabupaten Samosir Sumatera Utara dilakukan untuk mengetahui karakteristik morfologik tubuh. Pengamatan ini dilakukan secara langsung di lapangan melalui pengukuran morfologik tubuh. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif. Dari hasil yang diperoleh karakteristik morfologik tubuh kambing dewasa yaitu rata-ran bobot badan betina 26,23 kurang lebih 5,27 kg; panjang badan 57,61 kurang lebih 5,33 cm; tinggi pundak 50,65 kurang lebih 5,28 cm; tinggi pinggul 53,22 kurang lebih 5,43 cm; dalam dada 28,67 kurang lebih 4,21 cm dan lebar dada 17,72 kurang lebih 2,13 cm. Berdasarkan ukuran morfologik tubuh, bahwa kambing spesifik lokal Samosir ini hampir sama dengan kambing Kacang yang ada di Sumatera Utara, yang membedakannya terhadap kambing Kacang yaitu penotipe warna tubuh yang dominan putih dengan hasil observasi 39,18% warna tubuh putih dan 60,82% warna tubuh belang putih hitam. Dari warna belang putih hitam didapatkan rata-ran sebaran warna berdasarkan luasan permukaan tubuh 92,68% kurang lebih 4,23% warna putih dan 7,32 kurang lebih 4,11% warna hitam. Jenis kambing jantan berwarna putih sangat diperlukan untuk acara ritual dan adat kebudayaan setempat. Pemberian nama kambing Samosir pada saat ini masih secara lokal dan dikenal dengan nama Kambing Putih atau Kambing Batak.

7. Kambing Muara

Kambing Muara dijumpai di daerah Kecamatan Muara, Kabupaten Tapanuli Utara di Propinsi Sumatera Utara. Dari segi penampilannya kambing ini nampak gagah, tubuhnya kompak dan sebaran warna bulu bervariasi antara warna bulu coklat kemerahan, putih dan ada juga berwarna bulu hitam. Bobot kambing Muara ini lebih besar dari pada kambing Kacang dan kelihatan prolifik. Kambing Muara ini sering juga beranak dua sampai empat sekelahiran (prolifik). Walaupun anaknya empat ternyata dapat hidup sampai besar walaupun tanpa pakai susu tambahan dan pakan tambahan tetapi penampilan anak cukup sehat, tidak terlalu jauh berbeda dengan penampilan anak tunggal saat dilahirkan. Hal ini diduga disebabkan oleh produksi susu kambing relatif baik untuk kebutuhan anak kambing 4 ekor.

8. Kambing Boer

Kambing Boer berasal dari Afrika Selatan dan telah menjadi ternak yang ter-registrasi selama lebih dari 65 tahun. Kata “Boer” artinya petani. Kambing Boer merupakan satu-satunya kambing pedaging yang sesungguhnya, yang ada di dunia karena pertumbuhannya yang cepat. Kambing ini dapat mencapai berat dipasarkan 35 – 45 kg pada umur lima hingga enam bulan, dengan rata-rata pertambahan berat tubuh antara 0,02 – 0,04 kg per hari. Keragaman ini tergantung pada banyaknya susu dari induk dan ransum pakan sehari-harinya. Dibandingkan dengan kambing perah lokal, persentase daging pada karkas kambing Boer jauh lebih tinggi dan mencapai 40% – 50% dari berat tubuhnya. Kambing Boer dapat dikenali dengan mudah dari tubuhnya yang lebar, panjang, dalam, berbulu putih, berkaki pendek,

berhidung cembung, bertelinga panjang menggantung, berkepala warna coklat kemerahan atau coklat muda hingga coklat tua. Beberapa kambing Boer memiliki garis putih ke bawah di wajahnya. Kulitnya berwarna coklat yang melindungi dirinya dari kanker kulit akibat sengatan sinar matahari langsung. Kambing ini sangat suka berjemur disiang hari.

II.2 Musim Jual Ternak Kambing

Ternak Kambing merupakan salah satu komponen penting dalam suatu sistem usaha tani di berbagai tempat di Indonesia. Walaupun kehidupan pokok hidup bagi keluarga petani dipenuhi oleh tanaman pangan, namun produksi ternak kambing seringkali merupakan suatu hal yang penting bagi petani untuk bisa memperoleh uang tunai, tabungan modal dan penyediaan pupuk kandang serta merupakan bahan makanan berkualitas tinggi bagi anggota rumah tangga. Berbagai fungsi ternak kambing tersebut diatas dalam sistem usaha tani tradisional lebih jauh ditunjang oleh peranan ternak kambing dalam kegiatan kegiatan sosial dan keagamaan (Knipscheer *dkk*, 1987)

Pengembangan usaha ternak kambing yang berorientasi agribisnis perlu mempertimbangkan sistem produksi dan jaringan pemasaran serta kemampuan daya serap pasar per kawasan. Skala usaha pemeliharaan ternak kambing bagi peternak merupakan bagian terpenting yang perlu diperhatikan untuk mendukung keberlanjutan usaha agribisnis ternak kambing di lahan kering. Penjualan ternak kambing dilakukan oleh petani/peternak pada waktu-waktu tertentu yaitu untuk memenuhi kebutuhan mendesak (untuk modal usahatani, biaya anak sekolah, kebutuhan pangan dan kebutuhan sehari-hari) dan menunggu harga kambing

mahal menjelang hari raya Qurban, dan acara Aqiqah. Tempat penjualan ternak kambing oleh petani umumnya dilakukan dirumah dimana blantik atau pedagang pengumpul mendatangi petani/peternak (Yohanes, 2006)

Menurut Suradisastra (1993), harga dianggap sebagai salah satu dari beberapa faktor penting dalam penjualan ternak. Hasil penelitian Soedjana (1993) di Way Abung, Lampung, memperlihatkan bahwa harga kambing berfluktuasi secara musiman tergantung pada kalender pertanian dan keagamaan. Harga terendah terjadi selama musin paceklik, selanjutnya harga akan meningkat hingga mencapai puncaknya pada hari raya Idul Adha.

Penjualan kambing atau domba pada umumnya terjadi apabila keluarga dihadapkan pada keperluan mendadak atau membutuhkan uang dalam jumlah besar, seperti modal usaha pada musim tanam, pernikahan atau upacara adat lainnya. Akibat lebih jauh dari kondisi tersebut dalam keadaan tertentu banyak petani yang menjual ternak kambing sebelum mencapai umur optimum, misalnya pada umur 2 atau 3 bulan (Suradisastra, 1993). Pendapat yang sama disampaikan Chaniago (1993), bahwa karena ternak ruminansia kecil hanya merupakan bagian kecil dari usaha pertanian, biasanya penjualan ternak tidak selalu pada waktu yang menguntungkan. Sebagai contoh pada musim tanam, karena keterbatasan waktu untuk mengelola ternak, peternak menjual dengan harga yang relatif lebih murah dan membeli lagi setelah panen dengan harga yang lebih tinggi sehingga mengalami kerugian. Keperluan mendadak yang tidak diharapkan (anggota

keluarga sakit) atau upacara adat (pernikahan, khitan, pemakaman) atau pengeluaran rutin yang besar (biaya sekolah), menyebabkan penjualan ternak ruminansia kecil pada waktu kurang tepat baik ditinjau dari alasan biologis ataupun ekonomis.

Harga umumnya ditentukan oleh pembeli namun melalui proses tawar-menawar. Cara untuk menentukan harga adalah dengan ditaksir berdasarkan ukuran, umur, penampilan, warna bulu dan jenis ternak kambing. Cara penentuan harga kambing dengan ditimbang hidup belum ada. Namun baik petani/peternak maupun pedagang lebih menyukai penentuan harga kambing dengan cara ditaksir. Cara tersebut lebih menguntungkan bagi penjual dibandingkan bila ditimbang hidup. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang kepada petani umumnya dilakukan secara tunai. Jenis dan ukuran kambing yang dijual maupun yang diminta pasar bervariasi mulai dari anak lepas sapi, kambing muda, dan kambing dewasa serta jenis kelamin ternak. Semua ukuran kambing yang dijual petani dapat dibeli pedagang karena mempunyai peluang pasar yang sama. Pembelian kambing untuk bibit dan penggemukan umumnya dilakukan petani pada sesama peternak, namun ada juga yang membeli di pasar hewan maupun pada pedagang pengumpul. Jika petani membeli di pedagang pengumpul maupun di pasar hewan harganya lebih mahal dibandingkan jika membeli pada sesama peternak (Yohanes, 2006)

Menurut Budiraharjo dkk (2003), bahwa peternak dalam menentukan harga jual ternak belum memperhitungkan biaya yang dikeluarkan untuk mengelolah ternak dan belum memperhitungkan besarnya keuntungan yang

diharapkan. Harga yang terbentuk merupakan harga kesepakatan antara peternak dan pembeli “blantik” dengan hanya mempertimbangkan penampilan fisik ternak, yang meliputi kesehatan ternak, kondisi bulu, warna bulu, bentuk tubuh, bentuk tanduk, bentuk wajah, bentuk pantat, dan perototan pada tulang punggung dan belakang.

Harga jual anak juga memberikan pengaruh yang nyata pada pendapatan pada tingkat kesalahan 5%. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Subandriyo, dkk (1997) kualitas anak yang dihasilkan akan menentukan harga jual ternak tersebut, semakin bagus kualitas maka harga jualnya pun akan semakin tinggi dengan harga yang semakin tinggi otomatis produksi yang akan diperoleh juga akan semakin meningkat.

II.3 Penetapan Harga Jual

Harga jual ditetapkan oleh pembeli dan penjual dalam suatu proses tawar-menawar, penjualan akan meminta harga jual yang lebih tinggi diharapkan akan diterima, sedangkan pembeli akan menawarkan lebih rendah yang diharapkan akan dibayarnya dengan tawar-menawar dan mereka akan sampai pada suatu kesepakatan tentang harga (Kotler, 1992)

Menurut Kotler (2004) bahwa: “Penetapan harga jual adalah proses penentu apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya”. Perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan-perusahaan kecil harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukannya oleh bagian pemasaran. Sedangkan pada perusahaan-perusahaan besar penetapan

harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan disini manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen dibawahnya.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Kotler, 2004).

Downey dan Ericson (1992), bahwa “Ada sejumlah cara dalam menentukan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor itu meliputi:

1. Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pemasaran.
2. Perluasan produk sedemikian rupa sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
3. Biaya dan harga pesaing.
4. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti.

Menurut Saefuddin (2002) Dalam menentukan harga jual, ada beberapa parameter yang harus dicermati agar kualitas produk bisa dipertahankan atau bahkan ditingkatkan sedangkan dari harga penjualan usaha tersebut tidak mengalami kerugian bahkan mendapatkan keuntungan, strateginya adalah :

- Untuk mendapatkan harga modal awal (bahan baku) yang rendah/murah didapat dengan cara membeli langsung dari produsen atau membuat produk sendiri. Dengan demikian kita bisa mendapatkan kisaran harga yang tidak terlalu tinggi dibanding para pesaing.
- Strategi berikutnya adalah sebaiknya jangan terlalu tinggi/besar dalam menentukan tingkat keuntungan bagi perusahaan. Hal ini dapat disiasati dengan cara menjual dengan kuantitas yang banyak.
- Hendaknya harga yang ditawarkan kepada konsumen cukup kompetitif dengan harga produk pesaing.
- Lakukan efisiensi dan efektifitas biaya operasional sehari-hari untuk menekan biaya produksi.

Sedikit banyak Informasi yang diperoleh konsumen mempengaruhi terjadinya satu transaksi karena konsumen mempunyai informasi atau referensi untuk membandingkan harga produk yang satu dengan produk yang lain dan dengan produk alternatif. Konsumen dalam upaya memutuskan pengambil keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi dan dikenal dengan istilah peranan price awareness dan prices consciousness. Adapun yang dimaksud dengan price awareness adalah kemampuan individu/konsumen untuk mengingat

harga baik harga produk itu sendiri maupun harga produk kompetitor untuk dijadikan referensi. Sedangkan pengertian dari price consciousness adalah kecenderungan konsumen untuk mencari perbedaan harga (Saragih 2001),

Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Berbicara harga berarti bicara tentang citra kualitas dan seberapa tinggi eksklusifitasnya. Tinggi rendahnya harga sangat berpengaruh terhadap persepsi kualitas, sehingga ikut menentukan citra terhadap sebuah merek atau produk. Dalam persepsi konsumen sering berlaku logika bahwa harga yang mahal berarti kualitas bagus dan harga yang murah berarti kualitasnya kurang. Pada tingkat tertentu menetapkan harga berarti juga berbicara mengenai eksklusifitas. Walaupun harus mempertimbangkan berbagai faktor lain terkait, secara kasar dapat dikatakan bahwa makin tinggi harga yang ditetapkan secara relatif terhadap kompetitor, makin eksklusif pula konsumen sasarannya. Seolah seperti piramida. Makin ke puncak makin kecil, makin tinggi harga yang ditetapkan makin sedikit konsumen yang disasar (Kotler, 1990).

Penetapan harga juga berbicara mengenai variasi produk. Jika produknya bervariasi tetapi ditetapkan dengan harga yang sama maka persepsi yang muncul adalah kesamaan kualitas sebagai cerminan variasi produk secara horisontal. Juga dapat dipakai untuk menjelaskan variasi produk secara vertikal dengan kualitas yang bertingkat (Manulang, 1994).

Ada beberapa metode yang dapat digunakan sebagai rancangan dan variasi, dalam penetapan harga menurut Supriyono (1997), harga dapat ditentukan atau dihitung :

1. Harga didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan (cost plus pricing method). Metode penetapan harga ini adalah metode yang paling sederhana di mana penjualan atau produsen menetapkan harga jual untuk satu barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk laba yang diinginkan (margin) pada tiap-tiap unit tersebut sehingga formula menjadi: $\text{Cost plus pricing method} = \text{Biaya total} + \text{laba} = \text{Harga jual}$. Metode ini mempertimbangkan bahwa ada bermacam macam jenis biaya dan biaya ini dipengaruhi secara berbeda oleh kenaikan atau penurunan keluaran ($\text{output} = \text{hasil nyata}$)
2. Harga yang berdasarkan pada keseimbangan antara permintaan dan suplai. Metode penetapan harga yang lain adalah metode menentukan harga terbaik demi tercapainya laba yang optimal melalui keseimbangan antara biaya dengan permintaan pasar. Metode ini memang paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga-harganya memaksimalkan laba. Dalam menentukan harga dan mendaya gunakannya tentunya perlu pemahaman tentang konsep-konsep istilah berikut seperti:
 - 1) Biaya tetap total (Total fixed cost).
 - 2) Biaya variabel (Variable cost).
 - 3) Biaya total (Total cost).
 - 4) Biaya marginal (Marginal cost).

Analisa suplai dan permintaan yang dipakai sebagai dasar penetapan harga kurang didayagunakan dalam kalangan bisnis. Menurut mereka analisa ini hanya bisa dipakai untuk mempelajari perkembangan harga masa lalu, tidak bisa didayagunakan sebagai pegangan praktis dalam penetapan harga sekarang dan akan datang.

3. Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar. Penetapan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar adalah suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar di mana harga akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga.
4. Penetapan harga atas dasar kekuatan pasar. Penetapan harga ini merupakan suatu metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar dimana harga jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing, di atas harga pesaing atau di bawah harga pesaing.
 - a. Penetapan harga sama dengan harga saingan. Penetapan harga seperti ini memang akan lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga dalam persaingan itu tinggi. Dan pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang-barang standar.
 - b. Penetapan harga di bawah harga saingan. Penetapan harga seperti ini biasanya digunakan oleh para pengecer dan seringkali produsen tidak mengetahui adanya praktek-praktek yang demikian. Pengecer pada dasarnya melihat bahwa nama baik produsen ikut membawa nama baik pengecer.

II.4. Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Singkatnya permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Ade (2013) yaitu:

1. Harga barang itu sendiri

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah.

2. Harga barang lain yang terkait

Berpengaruh apabila terdapat 2 barang yang saling terkait yang keterkaitannya dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (penggenap).

3. Tingkat pendapatan perkapita

Dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

4. Selera atau kebiasaan

Tinggi rendahnya suatu permintaan ditentukan oleh selera atau kebiasaan dari pola hidup suatu masyarakat.

5. Jumlah penduduk

Semakin banyak jumlah penduduk yang mempunyai selera atau kebiasaan akan kebutuhan barang tertentu, maka semakin besar permintaan terhadap barang tersebut.

6. Perkiraan harga di masa mendatang

Bila kita memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik, adalah lebih baik membeli barang tersebut sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa depan.

7. Distribusi pendapatan

Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

8. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan.

Bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat. Usaha-usaha promosi kepada pembeli sering mendorong orang untuk membeli banyak daripada biasanya. Adapun kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai: "Suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli." Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta yang mempunyai sifat hubungan terbalik (Ade, 2013)

II.5. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Kotler (2000) antara lain adalah :

1. Harga jual

Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

2. Produk

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

3. Biaya promosi

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihaklain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

4. Saluran Distribusi

Merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya. Saluran distribusi dapat diukur dari :

- Kemudahan mendapatkan produk
- Lokasi pembelian
- Lokasi mudah dijangkau

5. Mutu

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain. Setiap perusahaan memiliki design atau rancang bangun tertentu, akan sangat baik jika sebagian sifat uniknya membedakannya dengan perusahaan lain. Peluang terobosan atau bagian keunggulan bersaing dalam hal-hal tertentu timbul dari penggunaan kekuatan ini pada saat yang sama dalam design atau rancang bangun.

Menurut Taylor (2005), penjualan juga dipengaruhi oleh 2 faktor lingkungan yaitu :

1. Faktor lingkungan tak terkendali

Adalah faktor yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan perusahaan yang berbeda di luar perusahaan. Faktor-faktor lingkungan antara lain:

- a. Sumber daya dan tujuan perusahaan
- b. Lingkungan persaingan
- c. Lingkungan ekonomi dan teknologi
- d. Lingkungan politik dan hukum
- e. Lingkungan sosial dan budaya

2. Faktor Lingkungan Terkendali

Adalah faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada di dalam perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada di dalam perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah Marketing Mix terdiri dari :

- a. Produk
- b. Harga jual
- c. Distribusi
- d. Biaya promosi

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Desember 2014. Pengambilan data bertempat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, dengan alasan banyaknya peternak yang terlibat dalam usaha penjualan ternak kambing.

III.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, yaitu jenis penelitian yang sifatnya hanya menggambarkan penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.

III.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Peternak yang mengembangkan usaha ternak kambing yang terdapat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, sebanyak 148 peternak. Berhubung karena populasi cukup besar, maka dilakukan pengambilan sampel. Untuk mengukur besarnya sampel diukur dengan rumus Slovin.

Metode penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin Menurut Umar (2001). Adapun cara penentuan sampel dari populasi yang ada digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kelonggaran (10%)

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{148}{1 + 148 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{148}{1 + 148 (0,01)}$$

$$n = \frac{148}{1 + 1,48} = \frac{148}{2,48}$$

$$n = 59,67 = 60 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 60 orang responden. Seluruh sampel adalah peternak yang mengembangkan usaha ternak kambing yang terdapat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Simple Random sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, karena dianggap populasi homogen.

III.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat sketsa dan gambar, seperti apakah musim jual dan harga jual mempengaruhi penjualan ternak kambing. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang bersumber dari wawancara langsung dengan para peternak yang terlibat dalam usaha ternak kambing yang mereka miliki dengan menggunakan kuesioner seperti data identitas responden, tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait seperti data monografi desa dan data populasi ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

III.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap usaha peternakan kambing dan melihat langsung hal – hal yang berpengaruh terhadap penjualan ternak kambing. Dan melihat apakah variabel-variabel penelitian berpengaruh atau tidak terhadap penjualan ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.
2. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan melakukan interview pada peternak yang melakukan usaha peternakan kambing. Untuk memudahkan proses pengambilan data dengan cara wawancara maka digunakan instrumen penelitian yang berupa kuisisioner atau daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai kebutuhan peneliti.

III.6 Variabel Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk menggambarkan nilai variabel yang diteliti. Adapun instrumen penelitian analisis penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto dapat ditunjukkan pada kisi-kisi penelitian yang dituangkan pada tabel 3.

Tabel 3. Kisi-kisi penelitian analisis penjualan ternak kambing berdasarkan Musim Dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator Pengukuran
1.	Penjualan Ternak Kambing	a.Musim Jual	- Hari Raya Idul Fitri - Hari Raya Adha - Hari Biasa
		b.Harga Jual	- Rata-rata harga penjualan kambing

III.7. Analisa Data

Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis data statistik deskriptif yang didasarkan pada pembahasan penjualan ternak kambing berdasarkan Musim dan Harga Jual di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan penyajian gambar diagram.

Menurut Sugiyono (2007) Distribusi Frekuensi adalah pengelompokan data ke dalam beberapa kategori yang menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori, dan setiap data tidak dapat dimasukkan ke dalam dua atau lebih kategori.

III.8. Konsep Operasional

1. Musim Jual adalah suatu musim atau waktu penjualan yang berbeda dengan penjualan pada hari raya Idul Adha, Idul Fitri dan hari biasa/Tahun.
2. Harga Jual adalah besarnya harga yang dibebankan kepada konsumen yang akan membeli ternak kambing/Tahun.
3. Penjualan Kambing dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya.
4. Jumlah penjualan adalah jumlah ternak yang terjual dalam 1 tahun
5. Rata rata harga penjualan kambing adalah jumlah keseluruhan harga penjualan kambing dibagi dengan jumlah kambing yang terjual/Tahun.

BAB IV

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

IV.1. Letak dan Keadaan Geografis Desa Borongtala

Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi selatan merupakan satu dari dua belas desa di Kecamatan Tamalatea yang mempunyai luas wilayah 6,13 Ha/Km. Jarak tempuh dari Kabupaten yakni \pm 15 km. Secara geografis letak Desa Borongtala berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Desa Turatea
- Sebelah Timur : Desa Turatea Timur
- Sebelah Selatan : Kelurahan Biringkassi
- Sebelah Barat : Desa Bontojai

IV.2. Jumlah Penduduk

Penduduk suatu wilayah merupakan sumber daya yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan pembangunan suatu wilayah. Oleh karena itu maka peningkatan kualitas penduduk suatu wilayah sangat penting dilakukan melalui peningkatan pendidikan maupun pengetahuan serta keterampilannya.

Adapun jumlah penduduk Desa Borongtala berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Jumlah Kepala Keluarga
1	Laki-laki	1.991	
2	Perempuan	2.008	825
Jumlah		3.999	825

Sumber: Data Sekunder, Profil Desa Borongtala, 2013

IV. 3.Mata Pencaharian

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, penduduk harus bekerja sesuai dengan mata pencaharian yang mereka tekuni. Adapun berbagai jenis mata pencaharian yang ditekuni penduduk di Desa Borongtala adalah petani, buruh tani, peternak, nelayan, pedagang, industri, angkutan, jasa dan Pegawai Negeri Sipil (PNS). Dari berbagai macam mata pencaharian yang ditekuni oleh penduduk Desa Borongtala, petani merupakan mata pencaharian mayoritas utama yang banyak ditekuni oleh masyarakat desa dan sudah turun temurun sejak dulu oleh masyarakat desa Borongtala. Mata pencaharian petani didukung oleh letak keadaan geografis Desa Borongtala.

IV. 4. Kondisi Ekonomi

Mayoritas masyarakat Desa Borongtala adalah petani dan peternak, maka penghasilan para petani sangat ditentukan dengan hasil panen mereka, begitupun dengan peternak di desa tersebut ditentukan dengan penjualan ternak kambing masyarakat di Desa Borongtala, dimana hal itu mengakibatkan roda perekonomian di desa sangat tergantung oleh musim panen dan musim penjualan ternak kambing.

IV. 5. Kondisi Iklim

Desa Borongtala memiliki iklim yang sama dengan desa-desa lain di wilayah Indonesia yakni Iklim Tropis dengan tiga musim yaitu kemarau, hujan dan pancaroba, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap aktivitas masyarakat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jenepono.

IV.6. Populasi Ternak

Desa Borongtala merupakan salah satu Desa di Kabupaten Jeneponto yang memiliki jumlah populasi ternak Kambing terbanyak di Kecamatan Tamalatea. Berikut ini, populasi ternak besar di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto, dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Populasi Ternak di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No	Jenis Ternak	Jumlah Ternak	Persentase Populasi
1	Sapi	21	0,51
2	Kerbau	15	0,39
3	Kuda	557	10,31
4	Kambing	3.436	67,48
5	Itik	1.078	21,31
Jumlah		5.107	100

Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Jeneponto , 2013.

Tabel 8, populasi ternak terbesar yang pada umumnya dipelihara oleh masyarakat Desa Borongtala yakni Kambing dengan jumlah populasi sebanyak 3436ekor dengan presentase 67,48 %, Sedangkan ternak dengan populasi terkecil yaitu kerbau sebanyak 15 ekor dengan presentase 0,39 %. Dapat disimpulkan dari jenis ternak tersebut, kambing merupakan ternak yang paling banyak dipelihara dikarenakan masyarakat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto sudah berternak secara turun temurun dan ketersediaan pakan hijauan kambing tersedia banyak disana.

BAB V

KEADAAN UMUM RESPONDEN

V.1. Umur Responden

Umur dapat mempengaruhi kemampuan fisik dan pola pikir peternak dalam mengelola usaha ternaknya. Adapun klasifikasi responden berdasarkan umur di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Klasifikasi responden berdasarkan umur di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No.	Umur(Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	27 – 38	20	33,3
2.	39 – 50	23	38,3
3.	51 – 62	17	28,4
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Berdasarkan data pada Tabel 9, diketahui bahwa 38,3% responden berumur produktif yaitu 39-50 di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto. Melihat hal tersebut maka dapat dikatakan rata-rata responden masih berada pada kelompok usia produktif yang memiliki kemampuan fisik untuk melakukan pekerjaan atau menjalankan usaha ternak kambing. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2000) yang menyatakan bahwa tingkat produktivitas kerja seseorang akan mengalami peningkatan sesuai dengan pertambahan umur, kemudian akan menurun kembali menjelang usia tua. Dijelaskan pula oleh Nitisemito (1998) dalam Arman (2004) mengemukakan bahwa tenaga kerja yang umurnya masih muda kecenderungannya mempunyai fisik yang lebih kuat, sehingga diharapkan dapat bekerja keras dibandingkan dengan tenaga

kerja yang umurnya lebih tua. Salah satu keberhasilan suatu usaha tergantung kepada tenaga kerja yang mengolah usaha tersebut. Dapat disimpulkan bahwa umur produktif berpengaruh terhadap produktifitas penjualan kambing dimana semakin produktif umur seseorang maka pengalaman seseorang dalam usaha ternak kambing semakin meningkat

V.2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin seseorang merupakan kondisi alamiah dan kodrat dari pencipta. Perbedaan jenis kelamin dengan ciri masing-masing menjadi gambaran tingkat kesulitan dari pekerjaan yang digeluti seseorang. Adanya perbedaan kekuatan fisik yang dimiliki antara laki-laki dan perempuan biasanya memberikan dampak perbedaan pada hasil kerja mereka. Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin yang terdapat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	40	66,7
2.	Perempuan	20	33,3
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014

Tabel 10, menunjukkan bahwa peternak yang melakukan usaha ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto lebih banyak dilakukan oleh laki-laki yaitu sebanyak 40 orang atau 66,7% dan perempuan hanya 20 orang atau 33,3%. Mengingat usaha ini membutuhkan tenaga yang lebih besar dalam pemeliharaannya. Namun, tidak menutup kemungkinan jika dalam mengusahkannya laki-laki dan perempuan saling

kerjasama. Hal ini sesuai dengan pendapat Wahyono (2013) bahwa penanganan yang tepat dan penempatan posisi kerja yang tepat juga akan meningkatkan efektivitas dan produktivitas sebagai pemicu kesuksesan dari suatu usaha. Hal ini berarti bahwa peran laki-laki lebih besar dibanding perempuan dalam usaha ternak kambing dimana sebagian besar pekerjaan dalam usaha ternak kambing dilakukan oleh tenaga kerja laki-laki, mulai dari pengambilan pakan, pemeliharaan sampai dengan proses penjualan ke konsumen.

V.3. Mata Pencarian

Adapun klasifikasi responden berdasarkan mata pencarian responden di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Klasifikasi Responden Berdasarkan Mata Pencarian Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto

No	Sakala Kepemilikan	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	Petani/Peternak	45	75
2	Wiraswasta	7	11,7
3	IRT	6	10
4	PNS	2	3,3
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014

Berdasarkan tabel 14, diketahui bahwa 75% mayoritas responden bekerja sebagai petani/peternak di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto. Dapat dilihat bahwa secara umum responden di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto merangkap pekerjaan menjadi seorang petani karena merupakan daerah yang komoditas utamanya adalah pangan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lukas (2011) yang mengatakan bahwa

hampir 50% responden bermata pencaharian sebagai petani peternak. Kondisi ini terjadi karena daerah ini merupakan petani yang komoditas utamanya adalah pangan.

V.4. Tingkat Pendidikan Responden

Dalam usaha peternakan faktor pendidikan tentunya sangat diharapkan dapat membantu masyarakat dalam upaya peningkatan kemampuan khususnya kaum perempuan dalam hal ini keterlibatan atau partisipasi perempuan dalam pemeliharaan ternak sapi potong. Tinggi rendahnya pendidikan seseorang akan menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam kegiatan yang dikerjakannya, khususnya perempuan dalam memelihara ternaknya.

Hasil pengumpulan data lapangan, tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 11. berikut ini :

Tabel 11. Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD/Sederajat	20	33,3
2.	SMP/Sederajat	23	38,3
3.	SMA/Sederajat	13	21,7
4.	S1	4	6,7
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa 70 % peternak memiliki pendidikan maksimal SLTP/SMP atau SLTP/SMP kebawah. Hal inilah yang menyebabkan peternak lambat dalam menerima dan memahami informasi baru, dan kurang mampu melakukan perubahan inovatif dalam manajemen

ternaknya. Hal ini sesuai dengan pendapat Lukas (2011) yang mengatakan bahwa tingkat pendidikan peternak yang terbanyak yaitu berpendidikan SD sampai dengan SMP sekitar 50 %. Hal ini sesuai dengan kondisi di Indonesia umumnya peternakan rakyat sebagian besar berpendidikan SMP ke bawah. Peternak yang mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi akan lebih cepat dalam menerima dan memahami informasi baru, mampu melakukan perubahan inovatif dalam manajemen ternaknya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya pengetahuan peternak maka semakin besar peluang peternak untuk mencari informasi dalam mengembangkan usaha ternak kambing yang dimiliki. Informasi yang dibutuhkan dapat berupa pengetahuan teknis mengenai pemeliharaan ternak kambing sampai informasi pemasaran atau penjualan ternak kambing.

V.4. Pengalaman Beternak

Peternak yang memiliki pengalaman yang lebih tentunya akan memberikan kemampuan kerja yang lebih baik. Pengalaman seseorang dapat mendorong munculnya keterampilan sebab semakin lama seseorang bekerja maka cenderung peternak semakin terampil dalam pekerjaan tersebut, sedangkan pengalaman dapat diperoleh dari lama kerja seiring dengan lamanya seseorang berada dalam pekerjaan tersebut.

Pengalaman beternak akan diperoleh seseorang berdasarkan lama mereka bergelut dalam suatu usaha peternakan. Pengalaman beternak merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh seorang peternak memutuskan segala kebijakan

yang akan diterapkan dalam usaha termasuk memutuskan untuk menggunakan sumber modal. Setiap keputusan yang diambil diharapkan berpatokan dari pengalaman, baik itu pengalaman sendiri atau pengalaman dari orang lain.

Berdasarkan lamanya beternak, maka klasifikasi responden di Desa Borongtaladapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Klasifikasi responden berdasarkan pengalaman beternak di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No	Pengalaman beternak	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	3 – 8	21	35
2	9 – 14	24	40
3	15 – 20	11	18,3
4	21 – 26	3	5
5	27 – 32	1	1,7
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan bahwa responden di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto pada umumnya, rata-rata memiliki pengalaman berkisar antara 9 – 14 tahun dengan jumlah 24 orang dengan persentase 40%.

Peternak yang memiliki pengalaman beternak yang cukup lama umumnya memiliki pengetahuan yang lebih banyak dibandingkan peternak yang baru saja menekuni usaha peternakan. Sehingga pengalaman beternak menjadi salah satu ukuran kemampuan seseorang dalam mengelola suatu usaha peternakan. Hal tersebut tentunya sejalan dengan pendapat Mastuti dan Hidayat (2008)

menyatakan bahwa, semakin lama beternak diharapkan pengetahuan yang didapat semakin banyak sehingga keterampilan dalam menjalankan usaha peternakan semakin meningkat.

Selanjutnya ditambahkan oleh Handayani dan Wayan (2009), bahwa pengalaman berusaha juga akan memudahkan untuk menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi, misalnya merubah pola pikir dan pola usaha, dapat mengadopsi teknologi baru dan dapat menerima informasi yang berhubungan dengan usahanya. Sebaliknya, dari pengalaman pula dapat menghambat penerimaan inovasi, teknologi dan informasi baru, dimana peternak bertahan pada kebiasaan atau cara lama yang diperolehnya dari pengalamannya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama responden dalam beternak kambing maka kemampuan untuk meningkatkan produksi ternak kambingnya semakin baik, dimana peternak dapat belajar dari pengalaman yang telah didapatkan dalam beternak kambing dari tahun ke tahun.

V.5. Skala Kepemilikan Ternak Kambing

Adapun klasifikasi skala usaha ternak kambing yang dipelihara oleh responden di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada Tabel 13 sebagai berikut :

Tabel 13. Klasifikasi responden berdasarkan skala kepemilikan ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto.

No	Skala Kepemilikan	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	1 – 10 ekor	34	56,7
2	11 – 20 ekor	25	41,7
3	> 21 ekor	1	1,6
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Tabel 13. Menunjukkan bahwa skala kepemilikan ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto tertinggi berkisar 1- 10 ekor sebanyak 34 orang atau (56,7%), sebanyak 25 responden (41,7%) dengan skala kepemilikan 11-20 ekor dan skala kepemilikan ternak kategori skala >21 ekor hanya 1 responden dengan presentase 1,6%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa di Desa Borongtala, pada umumnya merupakan usaha ternak kambing bersifat usaha skala rendah. Rianto dan Purbowati (2009 : 27) menyatakan bahwa rendahnya skala usaha disebabkan karena para petani-peternak umumnya masih memelihara sebagai usaha sampingan, dimana tujuan utamanya adalah tabungan, sehingga manajemen pemeliharaannya masih dilakukan secara konvensional.

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

VI.1. Penjualan Ternak Kambing

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh gambaran jumlah penjualan ternak kambing selama 1 tahun masyarakat di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto sangatlah bervariasi, mulai dari 1 ekor sampai 14 ekor yang terjual dalam 1 tahun. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Penjualan Ternak Kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto

No	Jumlah (ekor)	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 – 5	47	78,4
2	6 – 10	12	20
3	11 – 15	1	1.6
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 15, dapat dijelaskan bahwa jumlah penjualan ternak kambing tertinggi berada di interval 1 – 5 ekor dengan frekuensi 47 responden dan persentase 78,4%. Sedangkan jumlah penjualan ternak kambing terendah berada di interval 11 – 15 ekor dengan frekuensi 1 responden dan persentase 1,6%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto masih rendah dan salah satu pengaruhnya adalah ada tidaknya kambing yang dibutuhkan konsumen atau ketersediaan kambing yang layak dibeli oleh konsumen. Pada kondisi lapangan diperoleh informasi bahwa banyak responden yang menjual kambing rata-rata 1 –

5 ekor dikarenakan oleh kondisi ternak yang dimiliki masih kecil sehingga konsumen hanya membeli 1 atau 2 ekor saja, dengan itu kurangnya tingkat ketersediaan kambing yang diinginkan konsumen dan beralih ke peternak yang memilih kambing yang dibutuhkan oleh konsumen. Lebih lanjut Kotler (2000) menjelaskan bahwa produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen.

Bagian penjualan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian penjualan dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Tujuan utama konsep penjualan kambing adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Di lain sisi, konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan konsumen (Setiadi, 2006).

Terkait didalam ilmu permintaan, faktor selera atau kebiasaan konsumen dapat menjadi salah satu yang mengakibatkan rendahnya penjualan ternak kambing di Desa Borongtala, karena daging kambing hanya dikonsumsi dihari hari tertentu saja. Hal ini sesuai dengan pendapat Ade (2013) bahwa tinggi rendahnya suatu permintaan ditentukan oleh selera atau kebiasaan dari pola hidup masyarakat. Bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat.

Jenis kambing jantan merupakan pilihan utama untuk dijual dibandingkan ternak kambing betina. Ternak kambing pada umumnya dijual pada umur yang lebih muda dibanding kambing betina. Kambing betina dipelihara relatif lebih lama karena diharapkan dapat menghasilkan anak. Penjualan ternak kambing betina biasanya dilakukan apabila ternak tersebut majir atau penampilan anak anak yang dihasilkan sudah kurang baik. Harga jual anak juga memberikan pengaruh yang nyata pada pendapatan pada tingkat kesalahan 5%. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Subandriyo, dkk (1997) kualitas anak yang dihasilkan akan menentukan harga jual ternak tersebut, semakin bagus kualitas maka harga jualnya pun akan semakin tinggi dengan harga yang semakin tinggi otomatis produksi yang akan diperoleh juga akan semakin meningkat.

Suradisastra (1993) menyatakan bahwa penjualan kambing atau domba pada umumnya terjadi apabila keluarga dihadapkan pada keperluan mendadak atau membutuhkan uang dalam jumlah besar, seperti modal usaha pada musim tanam, pernikahan atau upacara adat lainnya. Akibat lebih jauh dari kondisi tersebut dalam keadaan tertentu banyak petani yang menjual ternak kambing sebelum mencapai umur optimum, misalnya pada umur 2 atau 3 bulan. Pendapat yang sama disampaikan Chaniago (1993), bahwa karena ternak ruminansia kecil hanya merupakan bagian kecil dari usaha pertanian, biasanya penjualan ternak tidak selalu pada waktu yang menguntungkan. Sebagai contoh pada musim tanam, karena keterbatasan waktu untuk mengelola ternak, peternak menjual dengan harga yang relatif lebih murah dan membeli lagi setelah panen dengan harga yang lebih tinggi sehingga mengalami kerugian. Keperluan mendadak yang tidak

diharapkan (anggota keluarga sakit) atau upacara adat (pernikahan,khitan, pemakaman) atau pengeluaran rutin yang besar (biaya sekolah), menyebabkan penjualan ternak ruminansia kecil pada waktu kurang tepat baik ditinjau dari alasan biologis ataupun ekonomis.

VI.2. Musim Jual Ternak Kambing

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh gambaran mengenai musim jual ternak kambing dengan indikatornya terdiri dari hari raya idul adha,hari raya idul fitri,hari biasa.Kehidupan pokok hidup bagi keluarga petani dipenuhi oleh tanaman pangan,namun produksi ternak kambing seringkali merupakan suatu hal yang penting bagi petani untuk bisa memperoleh uang tunai, tabungan modal dan penyediaan pupuk kandang serta merupakan bahan makanan berkualitas tinggi bagi anggota rumah tangga. Berbagai fungsi ternak kambing tersebut diatas dalam sistem usaha tani tradisional lebih jauh ditunjang oleh peranan ternak kambing dalam kegiatan kegiatan sosial dan keagamaan (Knipscheer *dkk*,1987). Didalam penggambaran musim jual ternak kambing ini menjelaskan mengenai jumlah penjualan pada setiap indikator. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Musim Jual ternak Kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto Berdasarkan Responden

No	Interval penjualan (Ekor)	Musim Jual					
		Idul Adha		Idul Fitri		Hari Biasa	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Tidak Terjual	5	8,3	33	55	27	45
2	1 - 2	26	43,3	21	35	28	46,7
3	3 – 4	28	46,7	6	10	5	8,3
4	>5	1	1,7	0	0	0	0
Jumlah		60	100	60	100	60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 16 dapat dijelaskan bahwa pada Hari raya Idul Adha merupakan musim penjualan ternak kambing yang tertinggi di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto dimana berada pada interval 3 – 4 ekor yang terjual dengan frekuensi 28 responden (46,7%), sedangkan penjualan dengan interval > 5 merupakan penjualan terendah dengan frekuensi responden (1,7%). Hal ini menunjukkan tingginya penjualan pada musim Hari Raya Idul Adha dimana umat Islam melakukan ibadah kurban dengan memotong ternak untuk dibagikan kepada keluarga dan orang-orang sekitarnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Djajanegara, A. (2008) bahwa Penjualan ternak kambing di Indonesia umumnya dipengaruhi oleh musim. Permintaan ternak kambing pada umumnya akan meningkat pada hari raya keagamaan. Salah satu hari raya yang menunjukkan tingkat permintaan ternak kambing tertinggi yaitu pada raya Idul kurban, dimana pada hari raya ini umumnya masyarakat yang beragama Islam melakukan ibadah kurban sehingga menyebabkan tingginya permintaan ternak kambing. Lebih lanjut Budiraharjo (2003) menjelaskan bahwa pada raya Idul Adha biasanya penjualan ternak kambing akan mengalami kenaikan, karena pada masa ini banyak orang membutuhkan ternak untuk dijadikan hewan kurban dalam upacara ritual keagamaan.

Pada Hari Raya Idul Fitri, dapat dijelaskan bahwa penjualan ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto lebih rendah dibandingkan hari raya kurban, dimana terdapat 33 responden yang ternaknya tidak terjual. Hal ini dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat yang lebih berminat mengonsumsi daging sapi, daging ayam, dan daging kuda di hari

raya idul fitri sehingga menyebabkan tingkat permintaan ternak kambing tidak begitu banyak Pada Hari Raya Idul Fitri. Rendahnya permintaan ternak kambing berpengaruh terhadap frekuensi interval penjualan. Hal ini sesuai dengan pendapat Henderson And Quandt(1980) bahwa permintaan daging di pasar meningkat drastis ketika memasuki bulan lebaran. Idul Fitri yang biasa kita sebut dengan Lebaran hampir identik dengan tradisi-tradisi orang Indonesia. Harga daging sapi di pasar ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Menjelang hari raya idul fitri, konsumen cenderung rela untuk membayar lebih untuk mendapatkan daging sapi. Hal ini berhubungan dengan faktor sosial budaya, di mana perayaan hari raya idul fitri atau lebaran erat kaitannya.

Sedangkan pada Hari Biasa, penjualan ternak kambing tidak menunjukkan tingkat penjualan yang signifikan, dimana sebanyak 28 responden dengan persentase sebanyak 46,7% yang melakukan penjualan dihari biasa. Selain itu penjualan kambing di hari biasa juga dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang cenderung senang mengkonsumsi daging kambing (sate kambing) dan juga hal ini dikarenakan dihari biasa terdapat acara akikah yang meningkatkan permintaan jumlah ternak kambing. Bagi petani dalam budaya hari Raya Kurban peluang menjual kambing juga besar yang umumnya kambing dipelihara sampai umur lebih satu tahun untuk dijual menjelang 'Idul Adha. Permintaan akan kambing untuk 'Idul Adha cukup besar.

VI.3. Harga Jual Ternak Kambing

Harga jual ternak kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto sangat berfluktuasi. Hal ini dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Harga Jual Ternak Kambing di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto

No	Harga Jual (Rp/Ekor)	Idul Adha				Idul Fitri				Hari Biasa			
		Jantan		Betina		Jantan		Betina		Jantan		Betina	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Fre k	%	Frek	%
1	≤ 750.000	8	13,3	33	55	40	66,7	51	85	30	50	59	98,3
2	750.001-1.000.000	2	3,3	22	36,6	5	8,3	2	3,3	28	46,7	1	1,7
3	1.000.001-1.250.000	8	13,4	4	6,7	2	3,3	5	8,4	2	1,7	0	0
4	1.250.001-1.500.000	33	55	1	1,7	12	20	2	3,3	0	0	0	0
5	1.500.001-1.750.000	9	15	0	0	1	1,7	0	0	0	0	0	0
Jumlah		60	100	60	100	60	100	60	100	60	100	60	100

Sumber : Data Primer yang Telah Diolah, 2014.

Berdasarkan tabel 17 dapat dijelaskan bahwa harga ternak jantan di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto yang terjual tertinggi berada pada musim Hari Raya Idul Adha dengan interval harga 1.250.001 – 1.500.000 dengan frekuensi 33 responden (55%). Sedangkan harga ternak betina di Desa Borongtala, Kecamatan Tamalatea, Kabupaten Jeneponto yang terjual tertinggi berada pada musim Hari Raya Idul Adha dengan interval harga 750.001-1.000.000 dengan frekuensi 22 responden (36,6).

Harga penjualan ternak kambing hanya ditentukan berdasarkan besar kecilnya ternak kambing dan jenis kelamin ternak kambing yang dijual. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Yohanes (2006) yang menyatakan bahwa Harga umumnya ditentukan oleh pembeli namun melalui proses tawar menawar. Cara untuk menentukan harga adalah dengan ditaksir berdasarkan ukuran, umur, penampilan, warna bulu dan jenis ternak kambing. Cara penentuan harga kambing dengan ditimbang hidup belum ada. Namun baik petani/peternak maupun pedagang lebih menyukai penentuan harga kambing dengan cara ditaksir. Cara tersebut lebih menguntungkan bagi penjual dibandingkan bila ditimbang hidup. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang kepada petani umumnya dilakukan secara tunai. Jenis dan ukuran kambing yang dijual maupun yang diminta pasar bervariasi mulai dari anak lepas sapi, kambing muda, dan kambing dewasa serta jenis kelamin ternak. Semua ukuran kambing yang dijual petani dapat dibeli pedagang karena mempunyai peluang pasar yang sama. Pembelian kambing untuk bibit dan penggemukan umumnya dilakukan petani pada sesama

peternak, namun ada juga yang membeli di pasar hewan maupun pada pedagang pengumpul. Jika petani membeli di pedagang pengumpul maupun di pasar hewan harganya lebih mahal dibandingkan jika membeli pada sesama peternak.

Pada hari Raya Idul Adha harga ternak kambing akan mengalami kenaikan, karena pada masa ini banyak orang yang membutuhkan ternak kambing untuk dijadikan hewan kurban dalam upacara keagamaan. Kenaikan harga tersebut pada prinsipnya merupakan konsekuensi dari berlakunya hukum ekonomi yaitu, pada saat permintaan meningkat maka harga juga meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Soedjana (1993) yang mengatakan bahwa harga kambing berfluktuasi secara musiman tergantung pada kalender pertanian dan keagamaan. Harga terendah terjadi pada saat musim paceklik, karena banyak petani yang menjual ternaknya, selanjutnya harga akan merangkak naik hingga mencapai puncaknya pada hari raya idul adha, karena jumlah permintaan mengalami kenaikan yang cukup besar.

Lanjut yang dikatakan Chaniago (1993), bahwa ternak ruminansia kecil hanya merupakan bagian kecil dari usaha pertanian, biasanya penjualan ternak tidak selalu pada waktu yang menguntungkan. Sebagai contoh pada musim tanam, karena keterbatasan waktu untuk mengelola ternak, peternak menjual ternaknya dengan harga yang relatif murah.

Salah satu kriteria juga yang menjadi pertimbangan dalam memilih ternak yang akan dibeli. Pertimbangan dalam membeli ternak hanya didasarkan pada penampilan fisik ternak seperti panjang tanduk, warna bulu, umur ternak, dll.

Harga kambing jantan lebih mahal dibandingkan kambing betina pada umur dan berat yang sama karena kebutuhan untuk kambing jantan lebih banyak, dimana pada Idul Adha mayoritas masyarakat membeli kambing jantan untuk di jadikan hewan Kurban. Harga yang biasanya relatif lebih murah diakibatkan adanya keperluan mendadak yang tidak diharapkan (anggota keluarga sakit) atau upacara adat (pernikahan, khitan, pemakaman) atau pengeluaran rutin yang besar (biaya sekolah), menyebabkan penjualan ternak ruminansia kecil pada waktu kurang tepat baik ditinjau dari alasan biologis ataupun ekonomis.

Ketepatan dalam menentukan harga jual sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh peternak. Faktor yang seharusnya diperhatikan dalam menentukan harga jual ternak adalah berapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk memelihara ternak hingga ternak tersebut siap dijual dan seberapa besar keuntungan yang diharapkan dari penjualan ternak tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (1996) yang mengatakan bahwa salah satu metode penetapan harga adalah menjumlahkan biaya per unit dengan sejumlah laba yang diinginkan yang sering disebut “margin”.

BAB VII PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan berdasarkan musim yang tertinggi berada pada hari raya idul adha dimana berada pada interval 3 – 4 ekor dengan persentase 46,7%. Sedangkan berdasarkan harga jual untuk kambing jantan yang tertinggi berada pada interval harga 1.250.000 – 1.500.000/ekor dengan persentase 55% dan harga jual untuk kambing betina berada pada interval 750.000 – 1.0000/ekor dengan persentase 36,6 %

B.Saran

Sebaiknya Peternak Kambing dalam melakukan penjualan harus memperhatikan proses pemeliharaan ternak kambing dalam menentukan harga jual agar mendapat keuntungan yang lebih. Disamping itu, peternak kambing dalam melakukan penjualan lebih aktif mencari informasi penjualan ternak kambing utamanya di musim-musim tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, 2013. *Ekonomi Manajerial (Permintaan, Penawaran dan Keseimbangan Pasar)*. <http://tutupohosali.blogspot.com/2013/04/permintaan-penawaran-dan-keseimbangan.html>. Diakses pada tanggal 17 Agustus 2014
- Anonim. 2014. *Harga Penjualan kambing di Indonesia*. Diakses pada tanggal 8 Oktober 2014. Makassar
- Arman. 2005. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Peternak Sapi Perah Di Kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai*. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin . Makassar.
- Atmojo, A, T. 2007. *Apa Khasiat Susu dan Daging Kambing*. <http://triatmojo.wordpress.com/2007/01/15/apa-khasiat-susu-dan-daging-kambing/>. Diakses Tanggal 11 Mei 2014
- Basuki, N. 1996. *Tingkat Penawaran Ternak Kambing Rakyat Pada Tingkat Petani-Peternak di Kecamatan Bontomatene Kabupaten Wajo*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.
- Basuki, P. Hardjosubroto, W., Kustono Dan Ngadiono, N. 1982. *Performnas produksi dan reproduksi kambing Peranakan Etawah (PE) dan Bligon*. Pros. Seminar Penelitian Peternakan. Hlm. 104-108. P. Ronohardjo, I. P. KOMPIANG, M. Rangkuti, P. Sitorus, M.E. Siregar, Soetiono, E. Djamaludin dan S. Wahyuni (Eds.). Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Bogor.
- Budiraharjo, K. Marzuki, S. Rianto. E. 2003. *Beberapa faktor yang mempengaruhi peternak dalam mengambil keputusan manajemen usaha ternak kambing di kota Semarang*. Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Chaniago, T.D. 1993. *Sistem manajemen (pengelolaan) dewasa ini*. Dalam : M. Wodzicka-Tomaszewska, I. M. Mastika, A. Djajanegara, S. Gardiner dan T. R. Wiradarya (editor). *Produksi kambing dan domba di Indonesia*. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Hal 1- 32.
- Djajanegara, A. 2008. *Pengembangan Usaha kambing dalam Konteks Sosial – Budaya Masyarakat*. Loka Penelitian Kambing Potong-Sei Putih, Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Balai Penelitian Ternak, Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Bogor

- Downey, W.D., Ericson, S.P. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Handayani dan Wayan. 2009. *Kontribusi pendapatan ibu rumah tangga pembuatmakanan olahan terhadap pendapatan keluarga*. Jurnal piramida vol. Volume No. 1. Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Udayana.
- Hanum, R. 2010. *Laporan PKL*. <http://ridwanhanum.wordpress.com/>. Diakses Pada Tanggal 11 Mei 2014.
- Hemmer, H.R., Horst, P. And Mukherjee, T.K. 1991. *Goat husbandry and breeding in the tropics* (J.M. Panandam, S. Sivaraj, T.K. Mukherjee, and Horst, P. Editors). Deutsche Stifung für Internationale Entwicklung, Zentraistelle für Emährung und Landwirtschaft.
- Hermawan, A .2009. *Penelitian Bisnis*. Jakarta : PT.Grasindo
- Imahembe,2012. *Peternakan Kambing dan Domba*.<http://imahembe.com/peternakan-domba/>. Diakses pada tanggal 14 September2014
- Knipscheer,H.C,A.J. De Boer, M. Sabrani,T.D. Soedjana.1987. *Peranan ekonomi ternak kambing dan domba di Indonesia, suatu study kasus di jawa barat*. Dalam :P.S. Hardjosworo,J.M. Levine(Editor).*Pengembangan Peternakan di Indonesia (model sistem dan peranannya)*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. Hal.112-134
- Kotler. P. 1990. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kedua*. Erlangga. Jakarta.
- _____ 1992. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke V. Erlangga, Jakarta.
- _____2000.*Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- _____2004. *Manajemen Pemasaran. Analisis*. Alih Bahasa oleh Hendra Teguh, dkk. Erlangga, Jakarta.
- Lukas.Y.S, 2011.*Evaluasi Program Pengembangan kambing Yang Mengakar Di Masyarakat Di Kabupaten Manokwari Papua Barat*. JurnalBuletin Peternakan Vol. 35(3):208-217, Oktober 2011 ISSN 0126-4400.
- Manulang, M. 1994. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Penerbit Liberty. Jakarta.

- Mastuti dan Hidayat. 2008. *Peranan Tenaga Kerja dalam Usaha Ternak Kambing di Kabupaten Banyumas (Role of Women Workers at Dairy Farms in Banyumas District)* Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto
- Perdi, 2013. *Jenis Kambing Asli Indonesia*. <http://girsang-margani.blogspot.com/2013/08/jenis-kambing-asliindonesia.html#.U2qRf1u-3eM>. Diakses Pada Tanggal 7 Mei 2014.
- Rianto, E 2009. *Panduan Lengkan ternak kambing* Penerbit Penebar Swadaya, Jakarta
- Saefuddin. 2002. *Harga dan Marjin Pemasaran*. Penerbit Universitas Indonesia, Ibnu Khaldun, Bogor.
- Sarwono. B. 2007. *Beternak Kambing Unggul*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Saragih. 2001. *Agribisnis Berbasis peternakan, Kumpulan Pemikiran*. Penerbit USESE dan pusat studi pembangunan IPB, Bogor.
- Soedjana, T. D. 1993. *Ekonomi pemeliharaan ternak ruminansia kecil*. Dalam : M. Wodzicka-Tomaszewska, I. M. Mastika, A. Djajanegara, S. Gardiner dan T. R. Wiradarya (editor). *Produksi kambing dan domba di Indonesia*. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Hal 367- 399.
- Subandriyo, B. Setiadi, D. Priyanto, M. Rangkuti, W. K. Sejati, D. Anggreni, R. S. G. Sianturi, Hastono dan O. Butar-Butar. 1993. *Analisis Potensi Kambing Peranakan Etawah dan Sumberdaya di Daerah Sumber Bibit Pedesaan*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Bogor.
- Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- Supriyono, R. A. 1997. *Akuntansi Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. BPFE. Yogyakarta
- Suradisastra, K. 1993. *Aspek-aspek sosial dari produksi kambing dan domba*. Dalam : M. Wodzicka-Tomaszewska, I. M. Mastika, A. Djajanegara, S. Gardiner dan T. R. Wiradarya (editor). *Produksi kambing dan domba di Indonesia*. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Hal 402- 417.
- Swastha, B., 2000. *Manajemen Penjualan*. PT. BPFE, Yogyakarta.
- Taylor, L. C. & Le Mone, P. (2005). *Fundamental of Nursing: The Art and Science of Nursing Care*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.

Umar, Husein. (2001). *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yohanes, 2006. *Sistem Pemasaran Ternak Kambing Mendukung Usaha Agribisnis Pertanian Lahan Kering Di Nusa Tenggara Barat*. Penelitian Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) NTB.

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
--

Daftar Kuesioner Penelitian

Analisis Penjualan Ternak Kambing Berdasarkan Musim dan Harga Jual Di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.

Oleh :

IRWANTO SUYONO (I311 10 276)

Petunjuk Pengisian Variabel Penelitian :

- ✓ Mohon kuesioner diisi oleh Bapak/Ibu/Sdr (i) untuk menjawab seluruh pertanyaan yang di sediakan.

Identitas Responden

Nama :
Umur : Tahun
Pendidikan Terakhir :
Pengalaman Beternak : Tahun
Pekerjaan :
Jumlah Ternak yang dimiliki :..... ekor

A. Pengisian Variabel Devenden (Y)

Penjualan Ternak Kambing

Penjualan Ternak Kambing adalah sebuah usaha atau langkah kongkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Penjualan Ternak

Kambing yang ada Di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto.

Pertanyaan:

1. Berapa banyak jumlah penjualan ternak kambing Bapak/Ibu dalam per tahun?
.....
2. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk keperluan hari raya kurban?
.....
3. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk keperluan hari raya idul Kurban?
.....
4. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk keperluan Hari Raya Idul Fitri?
.....
5. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk keperluan Hari Raya Idul Fitri?
.....
6. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk hari biasa?
.....
7. Berapa Banyak jumlah penjualan ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk hari biasa?
.....

8. Berapa harga ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk keperluan Hari raya Kurban?

.....

9. Berapa harga ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk keperluan Hari raya Kurban?

.....

10. Berapa harga ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk keperluan Hari raya Idul Fitri?

.....

11. Berapa harga ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk keperluan Hari raya Idul Fitri?

.....

12. Berapa harga ternak kambing Jantan Bapak/Ibu untuk hari hari biasa?

.....

13. Berapa harga ternak kambing Betina Bapak/Ibu untuk hari hari biasa?

.....

Lampiran 2 : Dokumentasi Kegiatan





Lampiran 3. Identitas Umum responden di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pengalaman Beternak	Pekerjaan	Jumlah Ternak Dimiliki
1	Dg.Nojeng	50	L	SD	10	PETANI	15
2	Anwar	56	L	SMP	25	PETERNAK	9
3	Wahab	60	L	SD	13	PETERNAK	8
4	Dg.Ngai	30	P	SMP	7	PETERNAK	13
5	Dg.Sompa	32	P	SMP	5	PETERNAK	5
6	Iskandar	51	L	SD	10	PETANI	13
7	Zainuddin	42	L	SMP	8	PETERNAK	10
8	Mansur	48	L	S1	8	PETERNAK	9
9	Dg.Sija	39	L	SMA	15	WIRASWASTA	16
10	Razah	48	L	SMP	12	PETERNAK	8
11	Hj. Musdalifah	58	P	SMA	20	IRT	18
12	Hamri	35	L	S1	10	WIRASWASTA	13
13	Anwar	30	L	SMP	14	PETANI	7
14	Husen	40	L	SMA	15	PETERNAK	5
15	Halim	45	L	SMP	15	PETERNAK	6
16	Hamzah	59	L	SMA	30	WIRASWASTA	17
17	Baso Badullah	49	L	SD	20	PETERNAK	7
18	Ibrahim	54	L	SMP	9	PETANI	10
19	Saleh	55	L	SMP	25	PETERNAK	20

20	Suriati	35	P	SD	10	IRT	11
21	Haerani	53	P	S1	20	WIRASWASTA	15
22	Muh.Tahir S.E	27	L	S1	4	WIRASWASTA	4
23	Nursanti	35	P	SD	6	IRT	7
24	Kr.Ngasi	60	P	SMA	12	PETERNAK	16
25	Maryama	43	P	SMP	11	PETERNAK	8
26	Muna	39	P	SD	4	PETANI	5
27	Baso	52	L	SMP	10	PETERNAK	8
28	Sari Bunga	39	P	SMP	9	PETANI	5
29	Saharia	47	P	SD	6	PETANI	9
30	Salim	52	L	SMA	15	PETERNAK	12
31	Slamet	32	L	SMP	7	WIRASWASTA	8
32	Saraka	47	L	SD	6	PETANI	6
33	Hasan	52	L	SMA	10	PNS	15
34	Ramli	48	L	SMA	10	PNS	8
35	Dodding	42	L	SMP	9	WIRASWASTA	13
36	Najamuddin	36	L	SMA	3	PETANI	7
37	Rasida	35	P	SMP	15	IRT	20
38	Kaedir	32	L	SMA	5	PETANI	5
39	Kaemuddin	47	L	SMA	7	PETANI	8
40	Sarifuddin	52	L	SMP	10	PETANI	14
41	Tiro	37	L	SMA	10	PETANI	5
42	Dg.Nompo	42	L	SD	8	PETANI	10
43	Sumarni	30	P	SMP	10	PETERNAK	13

44	Sampara	55	L	SD	10	PETANI	17
45	Udin	33	L	SD	8	PETANI	13
46	Dg.Lenteng	39	P	SD	13	IRT	14
47	Dg.Raju	42	P	SD	12	PETANI	13
48	Aripuddin	29	L	SMA	3	PETANI	25
49	Sandi Saputra	29	L	SMP	3	PETANI	9
50	Tanna'	50	P	SD	13	PETANI	10
51	Kasmawati	37	P	SD	10	PETERNAK	3
52	Kr.Nia	40	P	SD	20	PETERNAK	12
53	Hoa'	35	P	SD	5	PETANI	5
54	Dg.Nai	37	L	SMP	11	PETERNAK	12
55	Usman	46	L	SMP	15	PETANI	5
56	Hamzah Dg.Romo	51	L	SMP	7	PETANI	9
57	Sallia	45	P	SD	7	IRT	5
58	Sawal	35	L	SMP	5	PETANI	7
59	Amiruddin	61	L	SD	25	PETANI	14
60	Dg.Nyongka	57	L	SMP	20	PETANI	20

Lampiran 4. Penjualan Ternak Kambing Responden di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Jumlah Penjualan (1tahun)	Jumlah Penjualan					
			Kurban		Idul Fitri		Hari Biasa	
			Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina
1	Dg.Nojeng	5	3	1	0	0	1	0
2	ANWAR	5	2	1	0	1	1	0
3	WAHAB	5	2	1	0	1	1	0
4	DG.NGAI	8	3	1	2	1	1	0
5	DG.SOMPA	3	2	1	0	0	0	0
6	ISKANDAR	8	3	0	2	0	1	2
7	ZAINUDDIN	5	2	0	1	0	1	2
8	MANSUR	4	2	0	1	0	1	0
9	DG.SIJA	7	3	1	0	1	1	0
10	RAZAH	4	2	0	1	0	0	0
11	HJ. MUSDALIFAH	8	3	0	2	1	1	1
12	HAMRI	6	2	0	0	1	1	2
13	ANWAR	3	2	0	1	0	0	0
14	HUSEN	5	3	0	1	0	1	0
15	HALIM	4	2	0	0	0	2	0
16	HAMZAH	9	2	2	2	1	0	1
17	BASO BADULLAH	3	1	2	0	1	0	0
18	IBRAHIM	5	1	1	0	3	0	0
19	SALEH	8	2	2	1	1	1	1

20	SURIATI	5	2	1	0	0	2	0
21	HAERANI	6	2	0	2	1	1	0
22	MUH.TAHIR S.E	2	0	0	1	0	1	0
23	NURSANTI	4	0	1	1	0	2	0
24	KR.NGASI	5	3	0	1	0	2	0
25	MARYAMA	2	2	0	0	0	0	0
26	MUNA	1	1	0	0	0	0	0
27	BASO	2	2	0	0	0	0	0
28	SARI BUNGA	2	0	1	0	0	1	0
29	SAHARIA	3	1	1	0	1	0	0
30	SALIM	4	4	0	0	0	0	0
31	SLAMET	4	2	0	1	0	1	0
32	SARAKA	1	1	0	0	0	0	0
33	HASAN	3	2	0	1	0	0	0
34	RAMLI	2	0	0	0	0	1	1
35	DODDING	5	0	3	0	0	2	0
36	NAJAMUDDIN	2	1	0	0	0	1	0
37	RASIDA	3	1	2	0	0	0	0
38	KAEDIR	2	1	1	0	0	0	0
39	KAEMUDDIN	2	1	1	0	0	0	0
40	SARIFUDDIN	3	2	1	0	0	0	0
41	TIRO	2	1	1	0	0	0	0
42	DG.NOMPO	5	2	1	0	0	2	0
43	SUMARNI	9	2	2	1	0	4	0

44	SAMPARA	4	4	0	0	0	0	0
45	UDIN	6	1	3	0	0	1	1
46	DG.LENTENG	4	2	1	0	0	1	0
47	DG.RAJU	6	3	1	0	0	2	0
48	ARIPUDDIN	11	6	3	0	0	1	0
49	SANDI SAPUTRA	2	0	2	0	0	0	0
50	TANNA'	3	2	1	0	0	0	0
51	KASMAWATI	1	1	0	0	0	0	0
52	KR.NIA	1	0	0	0	0	1	0
53	HOA'	1	0	0	1	0	0	0
54	DG.NAI	4	0	0	2	2	0	0
55	USMAN	3	1	0	0	1	0	0
56	HAMZAH DG.ROMO	6	1	2	0	0	0	3
57	SALLIA	2	1	1	0	0	0	0
58	SAWAL	2	1	1	0	0	0	0
59	AMIRUDDIN	3	2	1	0	0	0	0
60	DG.NYONGKA	5	3	1	0	0	1	0
Jumlah		248	103	46	25	17	41	14

Lampiran 5. Harga Jual Ternak Kambing Responden di Desa Borongtala Kecamatan Tamalatea Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Harga Penjualan					
		Kurban		Idul Fitri		Hari Biasa	
		Jantan	Betina	Jantan	Betina	Jantan	Betina
1	Dg.Nojeng	1.500.000	800.000	0	0	1.100.000	0
2	Anwar	1.500.000	1.200.000	0	1.200.000	950.000	0
3	Wahab	1.600.000	1.400.000	0	1.350.000	950.000	0
4	Dg.Ngai	1.550.000	1.250.000.	1.550.000	1.200.000	950.000	0
5	Dg.Sompa	1.500.000	850.000	0	0	0	0
6	Iskandar	1.550.000	0	1.350.000	0	850.000	650.000
7	Zainuddin	1.500.000	0	1.300.000	0	900.000	500.000
8	Mansur	1.500.000	0	1.400.000	0	950.000	0
9	Dg.Sija	1.550.000	1.000.000	0	1.300.000	925.000	0
10	Razah	1.500.000	0	1.400.000	0	850.000	0
11	Hj. Musdalifah	1.550.000	0	1.400.000	1.250.000	950.000	600.000
12	Hamri	1.500.000	0	0	600.000	800.000	525.000
13	Anwar	1.600.000	0	1.450.000	0	0	0
14	Husen	1.550.000	0	1.400.000	0	800.000	0
15	Halim	1.500.000	0	0	0	800.000	0
16	Hamzah	1.500.000	1.150.000	1.200.000	900.000	800.000	0
17	Baso Badullah	1.400.000	1.000.000	1.350.000	0	950.000	0
18	Ibrahim	1.300.000	850.000	0	1.250.000	0	0
19	Saleh	1.400.000	1.250.000	1.350.000	1.100.000	900.000	600.000

20	Suriati	1.350.000	900.000	0	0	675.000	0
21	Haerani	1.600.000	0	900.000	750.000	750.000	0
22	Muh.Tahir S.E	0	0	1.500.000	0	850.000	0
23	Nursanti	0	800.000	950.000	0	900.000	600.000
24	Kr.Ngasi	1.400.000	0	1.500.000	0	950.000	0
25	Maryama	1.400.000	0	0	0	0	0
26	Muna	1.000.000	0	0	0	0	0
27	Baso	1.400.000	0	0	0	0	0
28	Sari Bunga	0	0	1.200.000	0	1.000.000	0
29	Saharia	1.300.000	750.000	0	700.000	0	0
30	Salim	1.450.000	0	0	0	0	0
31	Slamet	1.350.000	0	750.000	0	750.000	0
32	Saraka	1.500.000	0	0	0	0	0
33	Hasan	1.500.000	0	800.000	0	0	0
34	Ramli	0	0	0	0	1.000.000	800.000
35	Dodding	0	800.000	0	0	925.000	0
36	Najamuddin	1.100.000	0	0	0	1.000.000	0
37	Rasida	1.600.000	850.000	0	0	0	0
38	Kaedir	1.300.000	850.000	0	0	0	0
39	Kaemuddin	1.200.000	750.000	0	0	0	0
40	Sarifuddin	1.500.000	950.000	0	0	0	0
41	Tiro	1.200.000	750.000	0	0	0	0
42	Dg.Nompo	1.400.000	850.000	0	0	950.000	0
43	Sumarni	1.500.000	800.000	1.350.000	0	800.000	0

44	Sampara	1.200.000	0	0	0	0	0
45	Udin	1.300.000	850.000	0	0	600.000	700.000
46	Dg.Lenteng	1.200.000	700.000	0	0	1.000.000	0
47	Dg.Raju	1.200.000	700.000	0	0	900.000	0
48	Aripuddin	1.500.000	800.000	0	0	1.000.000	0
49	Sandi Saputra	0	800.000	0	0	0	0
50	Tanna'	1.200.000	950.000	0	0	0	0
51	Kasmawati	1.000.000	0	0	0	0	0
52	Kr.Nia	0	0	0	0	1.200.000	0
53	Hoa'	0	0	1.000.000	0	0	0
54	Dg.Nai	0	0	1.000.000	850.000	0	0
55	Usman	1.300.000	750.000	0	0	1.000.000	0
56	Hamzah Dg.Romo	1.300.000	800.000	0	0	0	625.000
57	Sallia	1.200.000	900.000	0	0	0	0
58	Sawal	1.500.000	850.000	0	0	0	0
59	Amiruddin	1.450.000	900.000	0	0	0	0
60	Dg.Nyongka	1.500.000	800.000	0	0	0	0

RIWAYAT HIDUP



IRWANTO SUYONO (I311 10 276) lahir di Jeneponto, pada tanggal 11 Juni 1993, Anak dari pasangan bapak H. Jumrang, S.Sos dan ibu Hj. Intang anak ke pertama dari dua bersaudara. Penulis memulai pendidikan formal pada tahun 1998 – 2004 di SD Inpres Tamarunang lulus tahun 2004. Kemudian setelah lulus di SD penulis melanjutkan pendidikan pada tahun 2004 – 2007 di SMP Negeri 1 Binamu, Kabupaten Jeneponto lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah atas pada SMA Negeri 1 Binamu Kabupaten Jeneponto dan lulus di tahun 2010. Setelah menyelesaikan SMA, penulis diterima di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) di Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin, Makassar dan lulus pada tahun 2015.